

Teoria da comunicação na hipermassa: entre o amor e o ódio¹

José Isaías VENERA²

Universidade da Região de Joinville, Joinville, SC

RESUMO

Como analisar a relação do indivíduo na massa em tempos de mídias digitais? Este trabalho especulativo baseia-se na leitura de Sigmund Freud (2020a; 2020b) sobre a sujeição do indivíduo na massa e na análise de Theodor Adorno (2015) acerca da propaganda fascista para, depois, trazer o debate para os problemas do nosso tempo, marcado pela cena digital. Na mudança de centralidade formula-se a hipótese de que estamos diante de processos de hipermassa. Para essa análise, leva-se em conta a mídia de massa e a pós-massiva, considerando a segunda uma concentração ainda maior de interações. Nesse pressuposto, há uma modulação na hipermassa que opera com as pulsões primitivas por meio dos dados fornecidos pelos usuários, a qual Han (2022) nomeia de regime de informação. Por último, a colonização do desejo na hipermassa é problematizada.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; hipermassa; psicologia das massas; pulsões reprimidas; colonização do desejo.

INTRODUÇÃO

A realidade é demasiadamente codificada. Na atmosfera dos algoritmos o sujeito se tece, exhibe seu ego, consome – é consumido. Há poucas décadas, o debate crítico sobre os meios de comunicação de massa girava em torno da dominação dos conteúdos codificados na mídia. Hoje, a grande questão é como descolonizar o desejo enlaçado pelos algoritmos; as séries de instruções – passo a passo – que integram as máquinas predefinem as ações na rede e codificam as múltiplas possibilidades de navegação que se abrem, seja em sites de busca, de compra, seja em redes sociais.

São vias virtuais para modular os comportamentos e as opiniões (Souza; Avelino; Silveira, 2018), mas qual é o princípio que mobiliza o sujeito-internauta, que antecede toda produção simbólica e imaginária, porém que ressoa nos processos de modulação, nos engajamentos e na economia da atenção?

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciências da Linguagem pela Unisul, e-mail: j.i.venera@gmail.com

Baseia-se em um pressuposto freudiano para interpretar a questão colocada, de que há um circuito de afetos mobilizados, mas que pode ser reduzido em dois: amor e ódio. Fundamentado nesse pressuposto, defende-se que somos sujeitos do excesso (não somente da falta, paradigma psicanalítico). A falta é a casa do excesso.

CIVILIDADE E BARBÁRIE INTEGRAM O MESMO HORIZONTE

A psicanálise nasceu no fim do século XIX às voltas da histeria como principal sintoma à época. Os fenômenos de conversão histérica resultam de desejos amordaçados que se manifestam no corpo – sem sintomas fisiológicos. No centro das formas de governo que marcam a modernidade, pautada pelo projeto iluminista, caracteriza-se também o seu contrário, exploração dos afetos libidinais. A histeria seria, assim, um sintoma social. A civilização caracterizada pelo avanço científico e tecnológico adquire nas formas de governo uma relação de dominação (Adorno; Horkheimer, 1985) cuja barbárie não sai do horizonte.

Os séculos XIX e XX foram marcados por um projeto civilizatório pautado na renúncia à satisfação pulsional (Freud, 2020a). O século XXI tem sido inscrito no imperativo do gozo; é preciso gozar a qualquer custo. Na literatura freudiana o gozo não tem status de conceito; aparece em *Além do princípio do prazer* (2020a), de 1920, como o “prazer” na dor e aponta para “fenômenos repetitivos que podem ser remetidos à pulsão de morte” (Valas, 2001, p. 7). Diferentemente, em Lacan (1998), o gozo é um dos seus principais conceitos, no qual a repetição vem como reinscrição de algo que se perdeu na busca de uma satisfação completa. Por trás da compulsão ao consumo, estaria, nessa via, a repetição à busca de um gozo a qualquer custo. Não seria mais a renúncia pulsional por meio de dispositivos disciplinares (Foucault, 1987), mas a integração ininterrupta à lógica do consumo. Como podemos deslocar o debate do tempo de Freud para os nossos dias? Em que medida os afetos amor e ódio são mobilizados, marcados pelos fluxos digitais de conteúdos? Como o amor e o ódio se integram à lógica das mídias digitais?

A MASSA MOBILIZADA

Publicado em 1921, “Psicologia das massas e análise do eu”, de Sigmund Freud (2020b), ressoa ainda sobre nosso tempo como um clássico que nunca para de dizer algo

novo. Para Calvino (1993, p. 11), “um clássico é um livro que nunca terminou de dizer aquilo que tinha para dizer”. O que Freud tem, ainda, a nos dizer?

À época, Freud estava sob os efeitos do fim da primeira grande guerra (1914-1918), do crescimento do antissemitismo na Europa, do fascismo que começava a se estruturar com o manifesto de Benito Mussolini, de 1919 – eventos que criavam laços sociais pautados no amor entre os membros do grupo e no ódio ao outro, este demarcado como inimigo. Nesse contexto o pai da psicanálise se voltou à análise das massas. A obra integra-se a outras dedicadas à cultura: *Totem e tabu*, de 1913; posteriormente *O futuro de uma ilusão*, de 1927; *O mal-estar na cultura*, de 1930; e *Moisés e o monoteísmo*, de 1939. “Psicologia das massas e análise do eu” foi escrito praticamente junto com *Além do princípio do prazer*, de 1920, texto com base no qual desenvolve o conceito de pulsão de morte. Em *Psicologia das massas e análise do eu*, Freud remete-se a Le Bon (2018), autor de *Psicologia das multidões*, de 1895, para quem o indivíduo se anula em proveito das aspirações da massa.

A emergência dessa discussão se dá às voltas de insurgências no século XIX e do crescimento populacional nas grandes cidades, marcando uma “alma coletiva”. A renúncia de si na multidão, constituindo um instinto gregário, para Le Bon (2018) – autor com quem o psicanalista dialoga –, era um fato, enquanto para Freud, como observa Assoun (2012), era um problema.

A questão que se apresenta com base em Freud (2020b) pode ser formulada assim: o que demanda do sujeito esse movimento de anulação de si em favor das massas? Um dos caminhos é entender como as pulsões arcaicas são liberadas – pulsões sexuais (de amor) e agressivas (de ódio).

Freud (2020b) cita dois exemplos de grupos para falar da ligação libidinal: o exército e a Igreja. Não é o amor sexual envolvido, mas uma forma primitiva de amor manifestada pela identificação. Na teoria freudiana, a identificação começa na vida infantil. Pode ser observada quando o menino manifesta interesse pelo pai, tomando-o como ideal de seu modelo e, a partir daí, passa a apresentar atitudes similares às dele.

Pelos processos de identificação, pode-se entender o fenômeno que estrutura os vínculos na massa. A estrutura libidinal conduz para que o objeto (líder) passe a ocupar o lugar do ideal do eu, ou seja, a instância que regula a organização subjetiva.

Se para Freud a questão era colocada no sentido de entender os mecanismos subjetivos de identificação do “todo” com o “um”, ou seja, das massas com o líder, não

precisaríamos de muito esforço para estabelecer a convergência com o modelo comunicacional que adquiriu seus contornos mais definidos a partir do século XIX, mas alcançou sua potência mesmo no século XX, primeiramente com a onipresença do rádio e, depois, da televisão na vida social.

ADORNO COM FREUD

O filósofo Theodor Adorno entrou nesse debate em 1949, poucos anos após o fim da segunda grande guerra, em “A teoria freudiana e o padrão da propaganda fascista” para interpretar os vínculos entre a massa e o líder. A questão que se apresentava era: “Por que os seres humanos modernos retomam a padrões de comportamento que contradizem flagrantemente seu próprio nível racional e o presente estágio da civilização tecnológica esclarecida” (Adorno, 2015, p. 159). A saída via Le Bon (2018) seria dizer que o indivíduo na massa cede lugar aos instintos primitivos, mas isso reduz a interpretação a um fato observável, sem explicar o processo.

Para dar conta da questão, Adorno volta-se à “Psicologia das massas e análise do eu”. Ele busca interpretar a força psicológica que marca a mudança do indivíduo para a massa. O desafio é entender o que estrutura os vínculos na massa. Para Freud (2020b), esse vínculo teria natureza libidinal, ou seja, como a pulsão sexual se manifesta na vida psíquica. Pertencer a um grupo seria mais do que um desejo; vem como demanda que marca a constituição do sujeito para suportar a experiência do desamparo.

O modo como Adorno articula Freud para pensar a propaganda fascista é colocado assim: “Uma rebelião contra a civilização, o fascismo não é simplesmente a reordenação do arcaico, mas sua reprodução na e pela própria civilização” (Adorno, 2015, p. 162). Importa menos perceber que na massa os indivíduos operam mais no registro das pulsões primitivas, mas sim como a própria modernidade se desenvolve na gestão das pulsões primitivas: raiva, violência, cólera etc.

Sobre a cena estrutural da comunicação do século XX, Novaes (1991) fez uma observação que vai ao encontro desta articulação – de que a reordenação do arcaico não é oposta à civilização, mas se integra à própria civilidade. Em “O olhar melancólico”, o autor diz:

Não é difícil descrever os tipos de emoções e paixões trabalhadas pela televisão brasileira: ambição (emoção que nasce da cólera), delação, lisonja (que é um tipo de mentira), ódio, vingança, cólera, ciúme, covardia, medo e, por fim – o mais comum dos temas –, a violência, que é o gênero de “força apaixonada e que visa a quebrar a resistência pelo terror” (Novaes, 1991, p. 89).

Podemos resumir essas emoções descritas por Novaes (1991) ao afeto de ódio, que adquire, na mídia, a condição de discurso de ódio e se remete, ao mesmo tempo, a ações agressivas e violentas no convívio com o outro.

Se o debate acadêmico no século XIX era demasiadamente moralizante, de condenar os movimentos de massa, como as rebeliões urbanas, na primeira metade do século XX, tanto via Freud quanto via Adorno, o mal-estar teria relação com as formas de controle das pulsões, culminando na experiência nazista como exemplo máximo de extermínio das diferenças. Podemos dizer que os séculos XIX e XX são marcados pelo governo das populações, o qual o filósofo Foucault (2008) chama de biopolítica, contendo nesse movimento a ambiguidade do racismo de Estado.

Na perspectiva de Adorno (2015), a rejeição do “eu” – ao se integrar às massas – faz parte do projeto moderno, o que resulta na recusa imediata da dicotomia entre barbárie e civilização. Essa tese já fazia parte de uma obra anterior, *Dialética do esclarecimento* (1985), de 1947, escrita em parceria com Horkheimer.

Em que medida o governo das pulsões primitivas faz parte de nossa contemporaneidade naquilo que também marca a diferença do nosso tempo com épocas anteriores? As condições materiais que melhor caracterizam nosso tempo são as tecnologias digitais, que possibilitam fluxos assimétricos de conteúdos e interações.

A cena comunicacional atual, pós-massa, difere-se radicalmente do século XX. Mesmo presentes, os meios de comunicação de massa – cuja origem remonta ao século XIX e sua genealogia no século XV com a prensa de Gutenberg – vêm perdendo força. As mídias pós-massivas, via dispositivos e plataformas de conexão à internet, são marcadas sobretudo pela participação dos usuários na produção de conteúdos. Esse modelo rompe com a passividade do receptor; passividade no sentido de que na mídia de massa a informação alcança um grande público sem que este possa se manifestar na própria mídia.

IDENTIFICAÇÃO NO CAMPO DIGITAL

No campo digital, essa identificação dá-se por aquilo que Han (2022) chama de regime da informação. Nesse caso, a informação é menos a forma do conteúdo que circula nas redes digitais e mais os dados obtidos dos usuários e com base nos quais se dará o gerenciamento do que entrará no seu campo de visibilidade. Para Han (2022, p. 14-15, grifos do original), “o paradoxo da sociedade de informação é: *as pessoas estão aprisionadas nas informações*. Afivelam elas mesmas os grilhões ao se comunicarem e ao produzirem informações. *O presídio digital é transparente*”.

Há aqui uma referência ao mito da caverna de Platão, na qual os prisioneiros, presos aos grilhões, só têm como referência as formas (sombras) que se projetam ao fundo. Tudo o que se passa entre o fogo e a entrada da caverna se projeta em sombras ao fundo. Todavia, o que Han (2022, p. 15) faz é dar uma volta a mais nessa lógica, na qual as próprias pessoas “afivelam elas mesmas os grilhões”. Em outras palavras, os usuários da grande rede fornecem informações de si mesmos – como se afivelassem os grilhões –, possibilitando, no capitalismo da informação, deduzir, dos inúmeros conteúdos que circulam, aqueles que vão se encaixar perfeitamente no desejo do usuário.

É com base nos dados coletados que um perfil psicológico (psicopolítica) se forma. O usuário é, desde o início, um signo cujo sujeito se forma na cadeia significativa. Ou seja, os dados da conexão integrados a *big data* e ao jogo de combinações advêm da navegação, como num simples jogo descrito pelo narrador de *A carta roubada*, conto do escritor Edgar Allan Poe publicado em 1844..

No conto, o comissário da polícia francesa Monsieur G. pede ajuda do detetive Dupin e de seu amigo (narrador) para reencontrar uma carta roubada nos aposentos reais que comprometia a rainha. O imbróglio da narrativa é que tanto G. quanto a dama da mais alta corte conheciam o responsável pelo roubo. O conteúdo da carta fica como um não dito, um resto com base no qual a história se desenvolve. A rainha teme sua honra e confere poder ao ministro, que a chantageia, mas, quando a carta é recuperada sem que D. (o ministro) saiba, “é ela quem o tem a ele” (Poe, 2015).

NA CENA DIGITAL, O DESTINATÁRIO É O PRÓPRIO REMETENTE

Em uma pesquisa que reuniu 194.710 mensagens de grupos de apoio a Bolsonaro nas eleições de 2018, Piaia e Alves (2020, p. 145) observam que é “interessante notar como canais de adversários circulam nesses grupos, sugerindo que há uma prática de monitoramento do discurso de oponentes e organização para direcionar os militantes para negatizar ou criticar os vídeos”. Na perspectiva em análise, mais do que monitorar o discurso da oposição, faz-se circular o outro, o inimigo, como forma de manter libidinalmente o grupo orgânico e coeso.

O amor e o ódio constituem a ambivalência na formação do sujeito. Mesmo que na pesquisa citada os dados mostrem que há concentração do engajamento dos usuários na produção de mensagens (superparticipantes), no âmbito discursivo, quando o sujeito lê, vê e/ou ouve um *post* há uma implicação no processo, como uma carta que sempre retorna ao destinatário. Para dizer de outra forma, o modo como cada sujeito significa uma mensagem tem a ver com um sentido já presente no próprio sujeito.

A energia do engajamento teria relação com a força de mobilizar esses afetos ambíguos, o que manteria certa coesão no grupo por meio de um objeto “totêmico”, como Bolsonaro na posição de líder nas eleições de 2022 e, em oposição, o inimigo para ser odiado, na época o ex-presidente Lula (que venceu a disputa eleitoral).

Quando a senadora eleita Damares Alves (Republicanos), no dia 8 de outubro de 2022, durante culto na Igreja Assembleia de Deus Ministério Fama, em Goiânia (GO), disse que crianças de 3 e 4 anos da Ilha de Marajó, no Pará, são traficadas e passam por mutilações corporais e procedimentos alimentares para abuso sexual sem ao menos apresentar algum fato ou fonte para ancorar o seu discurso, ela acaba explorando as paixões humanas unicamente para gerar engajamento: despertando o ódio. O vídeo da fala de Damares foi divulgado primeiramente pelo filho do presidente Flávio Bolsonaro, que atribuiu o caso das supostas crianças ao Partido dos Trabalhadores (PT), ao dizer que “ainda há resquício do PT pelo Brasil”.

O acontecimento – o discurso de Damaris – é uma carta cujo conteúdo fica velado (sobretudo porque não há relação entre fala e fatos), mas que aponta para uma cena primária da fantasia da ex-ministra da Mulher e dos apoiadores do então presidente de demonizar o PT explorando a libidinização infantil. Junta-se a isso a declaração ao

podcast Feat, quando Bolsonaro, no dia 14 de outubro de 2022, disse “que pintou um clima” com meninas venezuelanas de 14 e 15 anos. O vídeo da entrevista viralizou nas redes sociais. No dia seguinte, 15, a expressão “Bolsonaro pedófilo” chegou a ser a mais usada no Twitter (Folha de S.Paulo, 2022).

Nesse recorte, há uma dinâmica estruturando os engajamentos nas redes sociais que aponta para a canalização da energia libidinal, seja pela via do amor, seja pela do ódio, como se formassem os dois lados de uma mesma moeda.

HIPERMASSA

Em 2017, a rede social Facebook atingiu os 2.9 bilhões de usuários ativos mensalmente – hipermassa –, realidade inimaginada no contexto dos meios de comunicação de massa – jornal, revista, rádio e TV. A maior parte da produção de conteúdo nas redes digitais é feita por seus usuários, assim como as interações que a mídia possibilita, mas isso não desimplica a relação mídia e massa indiferenciada que se relaciona no Facebook. Refiro-me a uma mídia privada em que parte de seu capital vem da comercialização dos dados dos usuários.

Nesse sentido, a economia da atenção ganha centralidade. Como ampliar e manter os usuários por mais tempo na mídia? Para se integrar à rede, a massa é indiferenciada, já que pouco importam o gênero, a etnia, a classe social etc.; a conexão é para todos. Ao se integrar à rede, a diferenciação inicia-se. A partir do momento em que os dados dos usuários passam a ser lidos pelos algoritmos, uma seleção silenciosa passa a funcionar com as finalidades de captar e colonizar o desejo e manter o usuário por mais tempo na rede.

A hipermassa aponta para a concentração de usuários na rede e por meio da qual a exploração dos afetos de amor e ódio produzem engajamento. Essa perspectiva, por sua vez, se liga ao que Eugênio Bucci (2022) chama de *superindústria do imaginário*; um processo de exploração do olhar por dispositivos que operam como extratores consumindo a energia dos usuários, fazendo-os trabalhar sem remuneração. É uma economia do olhar em um nível de exploração jamais visto na história. Para Bucci:

Quando as *big techs* desfilam no grupo das empresas mais valorizadas do mundo, não cabe mais nenhuma dúvida a respeito disso. As tais “gigantes da internet” não fazem outra coisa que não seja capturar o

olhar mediante anzóis libidinais (que interpelam o desejo), comercializar esse olhar (e a atenção que supostamente o olhar carrega) e retroalimentar o circuito de sedução e comércio indefinidamente. Tudo o que se vê é uma fabricação da Superindústria do Imaginário (BUCCI, 2022, p. 25-26).

A superindústria do imaginário produz o fenômeno da hipermassa – ao menos essa é a proposição deste artigo – no qual concentra todo olhar. A incessante repetição dos usuários ao retorno à tela dos dispositivos de conexão à internet aponta para o gozo (que se manifesta na repetição) e para a pulsão escópica, ou seja, a busca se fim pela satisfação através do olhar.

A COLONIZAÇÃO DO DESEJO

A colonização do desejo passa pela captura dos dados dos usuários, mas também pelo enquadramento e pelas formas de representação do que integra a realidade digital, produzindo processos de subjetivação. Há 51 anos, em 1972, Gilles Deleuze e Félix Guattari publicaram *O anti-édipo*, obra que inaugurou uma nova chave de leitura da sociedade, deslocando a análise da neurose para a esquizo. Para os dois autores franceses, o capitalismo constitui-se recalcando as máquinas desejantes como forma de conter as ameaças que vêm de fora – aquilo que escapa à representação, ou, para dizer de outra forma, aquilo que escapa aos sentidos cristalizados na sociedade.

Recalcar significa colonizar e adestrar o desejo. A sociedade capitalista explora ao máximo a paranoia (como as teorias da conspiração). Se as representações – os processos de significação – estruturam o lugar da família, demarcam também a exclusão. A diferença vem como ameaça, motivo pelo qual se pode falar de subjetividade fascista – forma de organização da vida que funciona na exclusão das diferenças. Não à toa, no prefácio “Por uma vida não fascista”, na versão americana de *O anti-édipo*, o filósofo Michel Foucault (1996, p. 199) escreve:

não somente o fascismo histórico de Hitler e Mussolini — que soube tão bem mobilizar e utilizar o desejo das massas —, mas também o fascismo que está em todos nós, que ronda nossos espíritos e nossas condutas cotidianas, o fascismo que nos faz gostar do poder, desejar essa coisa mesma que nos domina e explora.

Para atualizar o contexto, Bolsonaro perdeu as eleições de 2022, mas o bolsonarismo permanece, o que significa que o traço fascista se destaca em seus seguidores, resultando em novas práticas que atualizam as ações e o debate (constituindo-se em novas práticas discursivas). Se Bolsonaro venceu as eleições em 2018 não foi porque o povo foi enganado e agora, em 2022, ajudaram a eleger, novamente, Luiz Inácio Lula da Silva. Aqui cabe o modo como Deleuze e Guattari articularam as teorias de Reich: “não, as massas não foram enganadas, elas desejaram o fascismo” (2010, p. 341).

DESEJO E LIBIDO

Sem desconsiderar as críticas à psicanálise feitas por Deleuze e Guattari, ambos atribuem a teoria da libido à principal contribuição de Freud: “Sua grandeza foi ter determinado a essência ou a natureza do desejo não mais em relação a objetos, fins e mesmo fontes (territórios), mas como essência subjetiva abstrata, libido ou sexualidade” (Deleuze e Guattari, 2010, p. 358). A crítica que os autores fazem a Freud vem da territorialização (fixar a representação) desde os primórdios da condição humana à estrutura edipiana.

Para Deleuze e Guattari (2010, p. 190), a “essência do desejo é certamente a libido”. Libido é a “energia própria das máquinas desejantes; e as transformações dessa energia (Numen e Voluptas) nunca são dessexualizações nem sublimação” (Deleuze e Guattari, 2010, p. 190). Transformar a energia passa pela representação. Representar significa recalcar, conter a energia. Mas como relacionar essa leitura com a perspectivas das massas e da hipermassa?

Para Freud, como vimos, a energia libidinal manifesta-se no amor e no ódio. Para Deleuze e Guattari (2010, p. 386-387), “Hitler dava tesão nos fascistas. As bandeiras, as nações, os exércitos e os bancos dão tesão em muita gente”. São objetos que canalizam as energias.

Mas não é a Freud que os autores recorrem para pensar a relação das massas com os líderes, mas sim ao Reich, por meio de uma pergunta: “Como explicar que o desejo se dedique a operações que não são desconhecimentos, mas investimentos inconscientes perfeitamente reacionários” (Deleuze e Guattari, 2010, p. 341). Como interpretar que a massa dê poder a um líder que governa contra ela mesma?

Um dos caminhos para enfrentar o problema levantado é entender que as sociedades modernas se definem por processos de descodificação e de desterritorialização. Esses processos, que se apresentam como novidades:

Neoterritorialidades são frequentemente artificiais, residuais, arcaicas; só que são arcaísmos com uma função perfeitamente atual, nossa maneira moderna de “ladrilhar”, de esquadriar, de reintroduzir fragmentos de código, de ressuscitar antigos, de inventar pseudocódigos ou jargões (Deleuze e Guattari, 2010, p. 341).

O modo como o ódio e o amor ganharam formas no fluxo de conteúdos das redes sociais, como, por exemplo, nas eleições de 2018, são manifestações arcaicas que se expressam de maneira contemporânea – pelas mídias de convergência.

CONCLUSÕES

Nesse rápido percurso, o amor e o ódio são a energia mobilizadora dos engajamentos sociais. A partir do século XIX – podendo ser demarcado como o período da sociedade industrial e do início das mídias de massa –, essa energia (libido) passou a ser canalizada pelos meios na relação entre a massa e o líder.

O século XX foi marcado, sobretudo, pelos meios de comunicação de massa, cuja estrutura se distingue por um (meio) com o todo (a audiência). Esse modelo diferencia-se da cena atual, marcada pelas redes digitais, caracterizando-se todos por todos. No entanto, se a superfície dos processos de interação nos leva a formular essa relação, descrita por Lévy (2009) como “dispositivo todos-todos”, ela (a relação) desenvolve-se mediante poucos aplicativos (privados) – como no Instagram – que concentram a maior parte dos usuários, resultando no fenômeno hipermassa.

Considera-se, dessa forma, que o engajamento que favorece a concentração de usuários em poucos aplicativos depende, sobretudo, da exploração destes dois afetos: o amor e o ódio.

Diferentemente dos estudos centrados nas interações que opõem a perspectiva massiva da comunicação com a participativa, essa análise deu um passo anterior às potencialidades tecnológicas e ao modelo de rede em que os usuários são consumidores e produtores de conteúdo. O que está anterior a esse processo? As paixões humanas e os

processos de identificação que passam a ser explorados na hiperconcentração de usuários nos dispositivos virtuais.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ADORNO, Theodor. A teoria freudiana e o padrão da propaganda fascista. *In*: ADORNO, Theodor. **Ensaio sobre psicologia social e psicanálise**. São Paulo: Unesp, 2015. p. 153-189.
- ASSOUN, Paul-Laurent. **Freud e as ciências sociais: psicanálise e teoria da cultura**. São Paulo: 2012.
- BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**: Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.
- CALVINO, Ítalo. **Por que ler os clássicos?** São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- HAN, Byung-Chul. **Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Petrópolis: Vozes, 2022.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **O anti-Édipo**. São Paulo: 34, 2010.
- FOLHA DE S.PAULO. Fala de Bolsonaro de que “pintou um clima” com “meninas de 14 e 15 anos” causa revolta nas redes. Folha de S.Paulo, 15 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2022/10/fala-de-bolsonaro-de-que-pintou-um-clima-com-meninhas-de-14-e-15-anos-causa-revolta-nas-redes.shtml>. Acesso em: 18 out. 2022.
- FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**: curso no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FOUCAULT, Michel. O anti-Édipo: uma introdução à vida não fascista. *In*: **Cadernos de subjetividade** (número especial sobre Gilles Deleuze). Pelbart, P. P.; Rolnik, S. (org.) São Paulo: Núcleo de Estudos e Pesquisas da Subjetividade, Programa de Estudos de Pós-Graduados da PUC/SP, 1996.
- FREUD, Sigmund. **Além do princípio do prazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2020a.
- FREUD, Sigmund. Psicologia das massas e análise do Eu. *In*: FREUD, Sigmund. **Cultura, sociedade e religião: o mal-estar na cultura e outros escritos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2020b. p. 137-232.
- LACAN, Jacques. Seminário sobre “A carta roubada”. *In*: LACAN, Jacques. **Escritos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. p. 13-66.
- LACAN, Jacques. **O seminário, livro 2**: O eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- LE BON, Gustave. **Psicologia das multidões**. São Paulo: Martins Fontes, 2018.
- NOVAES, Adauto. O olhar melancólico. *In*: NOVAES, Adauto (org.). **Rede imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 85-90.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 2009.

PIAIA, Victor; ALVES, Marcelo. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. **Intercom**, v. 43, n. 3, p. 135-154, 2020. <https://doi.org/10.1590/1809-5844202037>

POE, Edgar Allan. **A carta roubada**. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2015.

SOUZA, Joice; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (org.). **A sociedade de controle**: manipulação e modulação nas redes sociais. São Paulo: Hedra, 2018.

VALAS, Patrick. **As dimensões do gozo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

VENERA, J. I. Por uma teoria do sujeito intervalar na experiência com a tela escura.

RUA, Campinas, SP, v. 25, n. 2, p. 505–521, 2019.